

## チェーンストア業界の「低炭素社会実行計画」(2020 年目標)

		計画の内容
1. 国内の企業活動における 2020 年の削減目標	目標	2020 年度にエネルギー消費原単位 <sup>1</sup> を基準年度 (1996 年度 : 0.118kWh/m <sup>2</sup> ・h) 比 24%削減 (0.0897 kWh/m <sup>2</sup> ・h)。2015 年 7 月の会員企業 59 社を対象とします。ただし、会員企業数や会員企業が行うサービス内容にエネルギー消費原単位に大きな影響を及ぼす変化が生じた場合には見直しを行います。
	設定根拠	<p><u>対象とする事業領域 :</u> 会員企業の店舗を対象とします。</p> <p><u>将来見通し :</u> 当協会は会員が主として行う事業が食品スーパー、ホームセンター等それぞれ異なっており、店舗におけるエネルギー使用機器の構成に大きな違いがあることから、店舗ごとのエネルギー消費原単位の差は他の業界に比較して大きなものとなっています。</p> <p>また、当協会は店内調理の増加等、お客様のニーズに対して様々なサービスの提供が求められています。こうしたこともエネルギー消費原単位について大きな変動要因となります。</p> <p>このように、会員企業の入退会に伴う会員数の変化やお客様のニーズに伴う事業の変化等については現時点で予測が困難となっており、エネルギー消費原単位の将来的な見通しにおける不確定要素が多いことから、会員構成等の変動によっては目標数値の変更も考えられます。</p> <p><u>BAT :</u> ・ LED スポットライト等省エネ機器の導入、入れ替え ・ BEMS 等をはじめとする省エネのための制御機器の導入 ・ 新しい技術開発に対する先進事例の共有化、情報交換等</p> <p><u>電力排出係数 :</u> エネルギー消費原単位での目標設定のため、電力排出係数については考慮していません。</p> <p><u>その他 :</u> 特になし</p>
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<p><u>概要・削減貢献量 :</u> レジ袋削減の継続、容器包装の少ない商品の販売・開発等を行うことを通じて、生活者が廃棄する際の CO2 排出量を抑制するよう取り組みを進めます。全体の削減量は不明ですが、レジ袋については 1 枚 (6.62g) の辞退により約 10g の CO2 削減効果が期待できます (製造にかかる CO2 排出量として)。(レジ袋重量 : プラスチック容器包装リサイクル推進協議会、CO2 排出量 : (一社) プラスチック循環利用協会)</p>
3. 海外での削減貢献		<p><u>概要・削減貢献量 :</u> 海外に店舗を出店する際には、地域の実情に応じ、出来るだけ省エネルギーとなるような店舗づくり、店舗運営を行っていきます。</p>
4. 革新的技術の開発・導入		<p><u>概要・削減貢献量 :</u> ・ LED スポットライト等省エネ機器の導入、入れ替え ・ BEMS 等をはじめとする省エネのための制御機器の導入 ・ 新しい技術開発に対する先進事例の共有化、情報交換等</p>
5. その他の取組・特記事項		<p>フォローアップ等を通じて得られた優良事例については会員企業にフィードバックをしていくとともに、HP への掲載等を通じて会員外の事業者や生活者にも認知度を深めていただきます。</p>

<sup>1</sup> 二次エネルギー消費量の換算値としております。

## チェーンストア業界の「低炭素社会実行計画」(2030 年目標)

		計画の内容
1. 国内の企業活動における 2030 年の削減目標	目標	2030 年度にエネルギー消費原単位 <sup>2</sup> を基準年度（1996 年度：0.118 kWh/m <sup>2</sup> ・h）比 24%削減（0.0897 kWh/m <sup>2</sup> ・h）。2015 年 7 月の会員企業 59 社を対象とします。ただし、会員企業数や会員企業が行うサービス内容にエネルギー消費原単位に大きな影響を及ぼす変化が生じた場合には見直しを行います。
	設定根拠	<p><u>対象とする事業領域：</u> 会員企業の店舗を対象とします。</p> <p><u>将来見通し：</u> 当協会は会員が主として行う事業が食品スーパー、ホームセンター等それぞれ異なっており、店舗におけるエネルギー使用機器の構成に大きな違いがあることから、店舗ごとのエネルギー消費原単位の差は他の業界に比較して大きなものとなっています。 また、当協会は店内調理の増加等、お客様のニーズに対して様々なサービスの提供が求められています。こうしたこともエネルギー消費原単位について大きな変動要因となります。 このように、会員企業の入退会に伴う会員数の変化やお客様のニーズに伴う事業の変化等については現時点で予測が困難となっており、エネルギー消費原単位の将来的な見通しにおける不確定要素が多いことから、会員構成等の変動によっては目標数値の変更も考えられます。</p> <p><u>BAT：</u> ・ LED スポットライト等省エネ機器の導入、入れ替え ・ BEMS 等をはじめとする省エネのための制御機器の導入 ・ 新しい技術開発に対する先進事例の共有化、情報交換等</p> <p><u>電力排出係数：</u> エネルギー消費原単位での目標設定のため、電力排出係数については考慮していません。</p> <p><u>その他：</u> 特になし</p>
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<p><u>概要・削減貢献量：</u> レジ袋削減の継続、容器包装の少ない商品の販売・開発等を行うことを通じて、生活者が廃棄する際の CO2 排出量を抑制するよう取り組みを進めます。全体の削減量は不明ですが、レジ袋については 1 枚（6.62g）の辞退により約 10g の CO2 削減効果が期待できます（製造にかかる CO2 排出量として）。（レジ袋重量：プラスチック容器包装リサイクル推進協議会、CO2 排出量：（一社）プラスチック循環利用協会）</p>
3. 海外での削減貢献		<p><u>概要・削減貢献量：</u> 海外に店舗を出店する際には、地域の実情に応じ、出来るだけ省エネルギーとなるような店舗づくり、店舗運営を行っていきます。</p>
4. 革新的技術の開発・導入		<p><u>概要・削減貢献量：</u> ・ LED スポットライト等省エネ機器の導入、入れ替え ・ BEMS 等をはじめとする省エネのための制御機器の導入 ・ 新しい技術開発に対する先進事例の共有化、情報交換等</p>
5. その他の取組・特記事項		フォローアップ等を通じて得られた優良事例については会員企業にフィードバックをしていくとともに、HP への掲載等を通じて会員外の事業者や生活者にも認知度を深めていただきます。

<sup>2</sup> 二次エネルギー消費量の換算値としております。

# チェーンストア業における地球温暖化対策の取組

平成29年12月15日

日本チェーンストア協会

## I. チェーンストア業の概要

### (1) 主な事業

食品、衣料品、日用雑貨等を販売する総合小売業。

- ・標準産業分類コード 57 織物・衣服・身の回り品小売業
- 58 飲食料品小売業

※日本チェーンストア協会概要（2016年3月末現在）

- ・会員企業数 56社
- ・売上高 12兆9,718億円
- ・店舗数 9,376店
- ・売場面積 25,103,168㎡

### (2) 業界全体に占めるカバー率

業界全体の規模		業界団体の規模		低炭素社会実行計画 参加規模	
企業数	1,024,881事業所 <sup>3</sup>	団体加盟 企業数	56社	計画参加 企業数	56社 <sup>4</sup>
市場規模	140兆2,750億円 <sup>5</sup>	団体企業 売上規模	12兆9,718億円	参加企業 売上規模	12兆9,718億円 (100.0%)
エネルギー 消費量	750,013TJ <sup>6</sup>	団体加盟 企業エネ ルギー消 費量		計画参加 企業エネ ルギー消 費量	

### (3) 計画参加企業・事業所

#### ① 低炭素社会実行計画参加企業リスト

■ エクセルシート【別紙1】参照。

□ 未記載

(未記載の理由)

<sup>3</sup> 出所：経済産業省 平成26年度商業統計調査（小売業全体の合計）

<sup>4</sup> 当協会においては全会員企業が低炭素社会実行計画に参加していますが、データの提出を行った企業数は上記のうち27社になっています。

<sup>5</sup> 出所：経済産業省 平成28年度商業動態統計（小売業全体の合計）

<sup>6</sup> 出所：資源エネルギー庁 平成27年度総合エネルギー統計（小売業全体の合計）

## ② 各企業の目標水準及び実績値

■ エクセルシート【別紙２】参照。

□ 未記載  
(未記載の理由)

### (４) カバー率向上の取組

#### ① カバー率の見通し

年度	自主行動計画 (2012 年度) 実績	低炭素社会実 行計画策定時 (2013 年度)	2016 年度 実績	2017 年度 見通し	2020 年度 見通し	2030 年度 見通し
企業数	57 社	59 社	56 社			
売上規模	12 兆 4,631 億円	12 兆 9,524 億円	12 兆 9,718 億円			
エネルギー 消費量						

(カバー率の見通しの設定根拠)

会員企業の入退会に伴う会員数の変化やお客様のニーズに伴う事業の変化等の関係で、売上規模及びエネルギー消費量の見通し設定が困難となっております。

#### ② カバー率向上の具体的な取組

当協会においては全会員企業が低炭素社会実行計画に参加しています。今後はアンケートの回収率の向上のため、会員企業への理解醸成に努めていきます。

(5) データの出典、データ収集実績（アンケート回収率等）、業界間バウンダリー調整状況  
【データの出典に関する情報】

指標	出典	集計方法
生産活動量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等）	アンケート提出企業の営業時間、延床面積の回答に基づき算出
エネルギー消費量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等）	アンケート提出企業のエネルギー消費量の回答に基づき算出
CO <sub>2</sub> 排出量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法・温対法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等）	アンケート提出企業のエネルギー使用量の合計に調整後排出係数を乗じている

【アンケート実施時期】

2017 年 8 月～2017 年 9 月

【アンケート対象企業数】

56 社

【アンケート回収率】

48.2%（56 社中 27 社）

過去の回収率実績： 2013 年度 62.7%  
2014 年度 62.1%  
2015 年度 56.1%

【業界間バウンダリーの調整状況】

- ☐ 複数の業界団体に所属する会員企業はない  
☒ 複数の業界団体に所属する会員企業が存在  
☐ バウンダリーの調整は行っていない  
 （理由）

- ☒ バウンダリーの調整を実施している  
 <バウンダリーの調整の実施状況>

当協会会員企業のうち 1 社について他の業界との重複があったため、集計対象から除外いたしました。結果、集計対象企業数は 26 社となりました。

【その他特記事項】

アンケート回収率が前年より低下していますが、原因の一つとして、アンケート調査票の様式を改定したことと、エネルギー消費量や省エネ対策に関する調査項目を細分化したことが考えられます。次年度以降は、会員企業がより回答しやすいよう、調査票を改良することを検討しています。

## II. 国内の企業活動における削減実績

### (1) 実績の総括表

【総括表】（詳細はエクセルシート【別紙4】参照。）

	基準年度 (1996 年 度)	2015 年度 実績	2016 年度 見通し	2016 年度 実績	2017 年度 見通し	2020 年度 目標	2030 年度 目標
生産活動量 ( $10^{10} \text{ m}^3 \cdot \text{h}$ )	—	16.7	—	11.4	—	—	—
エネルギー 消費量 (原油換算万 kℓ)	—	181.2	—	137.7	—	—	—
内、電力消費量 (億 kWh)	—	69.4	—	53.1	—	—	—
CO <sub>2</sub> 排出量 (万 t-CO <sub>2</sub> )	— ※1	392.6 ※2	— ※3	290.7 ※4	※5	※6	※7
エネルギー 原単位 (kWh/㎡・h)	0.118 ※8	0.0803 ※8	—	0.0794 ※8	—	—	—
CO <sub>2</sub> 原単位 (万 t-CO <sub>2</sub> / $10^{10} \text{ m}^3 \cdot \text{h}$ )	—	23.5	—	25.5	—	—	—

※8：二次エネルギー消費量の換算値としております。

### 【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4	※5	※6	※7
排出係数[t-CO <sub>2</sub> /万 kWh]		5.31 <sup>7</sup>		5.16			
実排出/調整後/その他		調整後		調整後			
年度		2015		2016			
発電端/受電端		受電端		受電端			

<sup>7</sup> 2015 年度のフォローアップの時点では、排出係数は 5.54 t-CO<sub>2</sub>/万 kWh でしたが、2016 年度に経済産業省にて見直しを行い、5.31 t-CO<sub>2</sub>/万 kWh となりました。それに併せて、2015 年度の CO<sub>2</sub> 排出量と CO<sub>2</sub> 原単位を修正しました。

【2020 年・2030 年度実績評価に用いる予定の排出係数に関する情報】

排出係数	理由／説明
電力	<input type="checkbox"/> 実排出係数（発電端／受電端） <input checked="" type="checkbox"/> 調整後排出係数（発電端／受電端） <input type="checkbox"/> 特定の排出係数に固定 <input type="checkbox"/> 過年度の実績値（〇〇年度 発電端／受電端） <input type="checkbox"/> その他（排出係数値：〇〇kWh/kg-CO <sub>2</sub> 発電端／受電端） <上記排出係数を設定した理由> 従来より調整後排出係数を使用して評価を頂いてきているため。
その他燃料	<input checked="" type="checkbox"/> 総合エネルギー統計（2020年度版） <input type="checkbox"/> 温対法 <input type="checkbox"/> 特定の値に固定 <input type="checkbox"/> 過年度の実績値（〇〇年度：総合エネルギー統計） <input type="checkbox"/> その他 <上記係数を設定した理由> 従来より上記統計の排出係数を使用して評価を頂いてきているため。

（２） 2016 年度における実績概要

【目標に対する実績】

以下のエネルギー消費原単位は、前述の通り、二次エネルギー消費量の換算値としております。

<2020 年目標>

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2020年度目標値
エネルギー消費原単位	1996年度	▲24%	0.0897 kWh/m <sup>2</sup> ・h

目標指標の実績値			進捗状況		
基準年度実績 (BAU目標水準)	2015年度 実績	2016年度 実績	基準年度比 /BAU目標比	2015年度比	進捗率*
0.118 kWh/m <sup>2</sup> ・h	0.0803 kWh/m <sup>2</sup> ・h	0.0794 kWh/m <sup>2</sup> ・h	▲33%	▲1%	136%

\* 進捗率の計算式は以下のとおり。

進捗率【基準年度目標】＝（基準年度の実績水準－当年度の実績水準）

／（基準年度の実績水準－2020 年度の目標水準）×100（％）

進捗率【BAU 目標】＝（当年度の BAU－当年度の実績水準）／（2020 年度の目標水準）×100（％）

<2030 年目標>

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2030年度目標値
エネルギー消費原単位	1996年度	▲24%	0.0897 kWh/m <sup>2</sup> ・h

目標指標の実績値			進捗状況		
基準年度実績 (BAU目標水準)	2015年度 実績	2016年度 実績	基準年度比 /BAU目標比	2015年度比	進捗率*
0.118 kWh/m <sup>2</sup> ・h	0.0803 kWh/m <sup>2</sup> ・h	0.0794 kWh/m <sup>2</sup> ・h	▲33%	▲1%	136%

\* 進捗率の計算式は以下のとおり。

進捗率【基準年度目標】＝（基準年度の実績水準－当年度の実績水準）

／（基準年度の実績水準－2030 年度の目標水準）×100（％）

進捗率【BAU 目標】＝（当年度の BAU－当年度の実績水準）／（2030 年度の目標水準）×100（％）

【調整後排出係数を用いた CO<sub>2</sub>排出量実績】

	2016年度実績	基準年度比	2015年度比
CO <sub>2</sub> 排出量	290.7 万t-CO <sub>2</sub>	－	▲26%



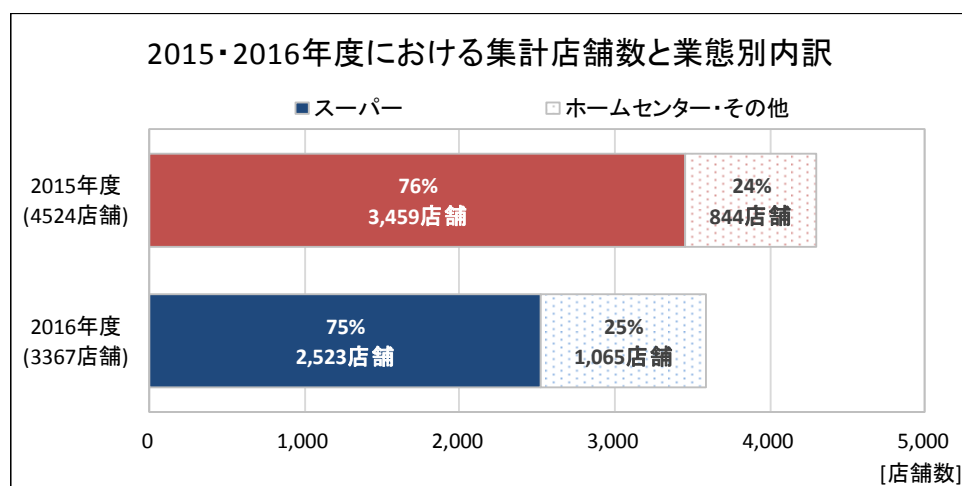
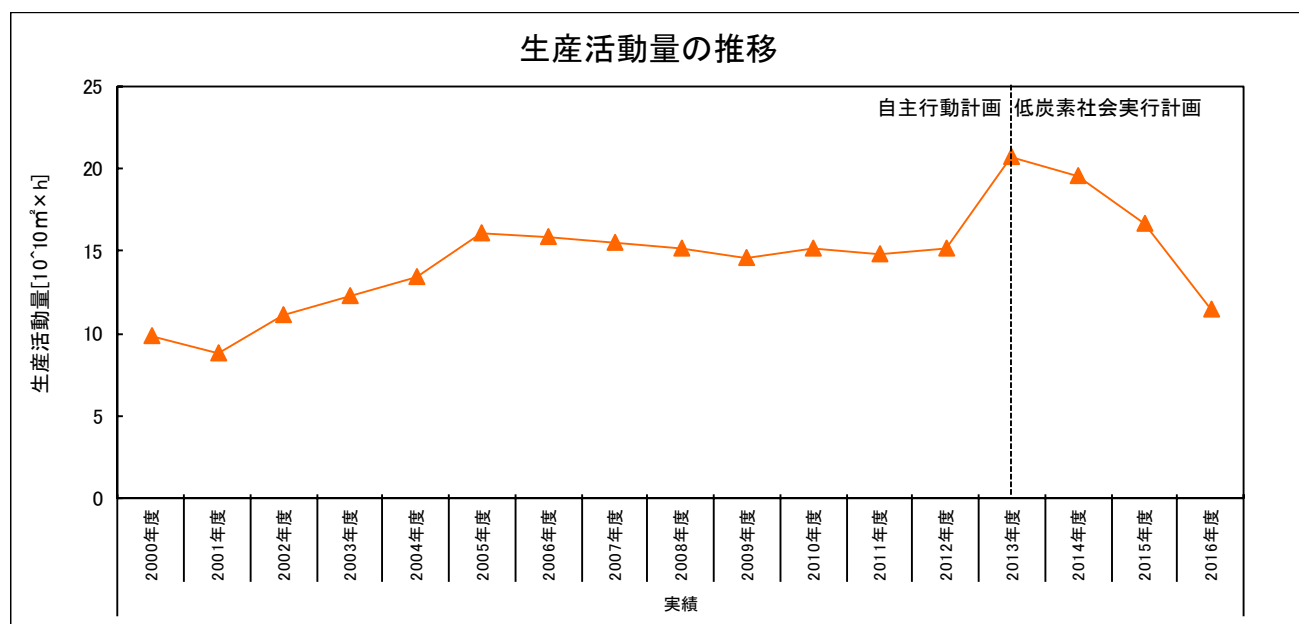
### (3) 生産活動量、エネルギー消費量・原単位、CO<sub>2</sub>排出量・原単位の実績

#### 【生産活動量】

<2016 年度実績値>

生産活動量（単位：10<sup>10</sup> m<sup>2</sup>・h）：11.4（2015 年度比▲32%）

<実績のトレンド>



（過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察）

2016 年度には対 2015 年度で 32%減少しています。この傾向は、集計対象企業数の減少（2015 年度 31 社・4,524 店舗、2016 年度 26 社・3,367 店舗）が主な原因となっており、その他、閉店等による一部会員企業の店舗数の減少も原因として考えられます。2016 年度は、上述の原因により延床面積・営業時間ともに前年度より減少し、その結果、生産活動量が減少しています。

業態別内訳においては、スーパーが 936 店舗減少し、ホームセンター・その他の業態（100 円ショップ等）が 221 店舗減少しています。

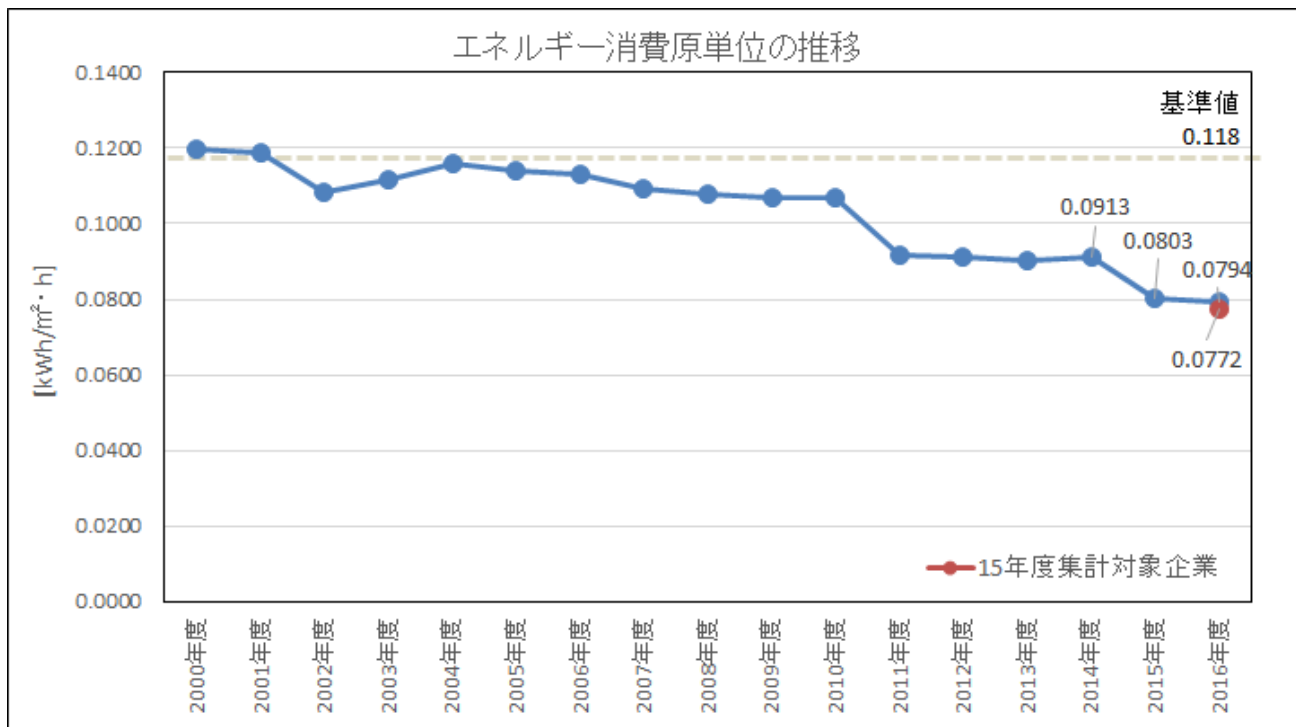
なお、2012 年度から 2013 年度にかけて生産活動量が大幅に増加していますが、これは低炭素社会実行計画に移行してから、延床面積は売場面積を用いた推定値からアンケート回答に基づく実績値への採用へ変更したことが原因として挙げられます。売場面積を用いた推定値では延床面積を過小に推定していたため、この変更によって、2013 年度における平均延床面積が増大し、生産活動量も併せて増大しています。

【エネルギー消費量、エネルギー原単位】（二次エネルギー換算値）

＜2016 年度の実績値＞

エネルギー原単位（単位：kWh/m<sup>2</sup>・h）：0.0794 （基準年度比▲33%、2015 年度比▲1%）

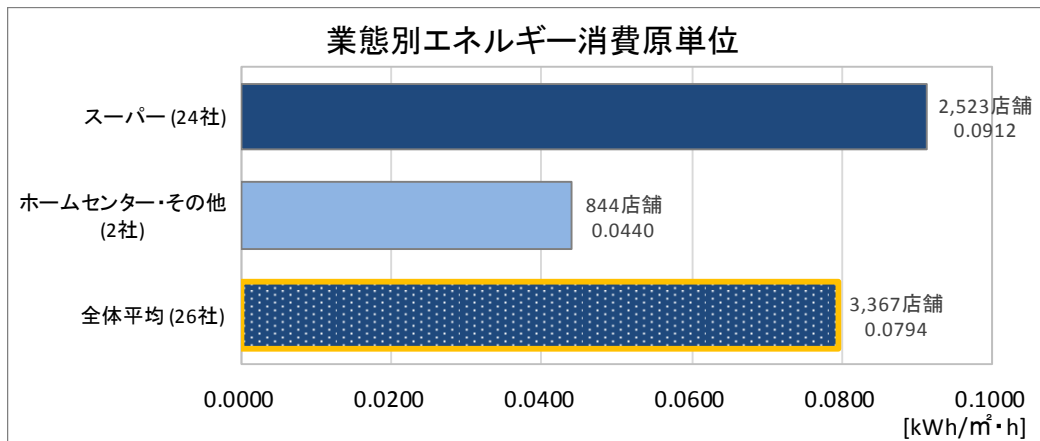
＜実績のトレンド＞



（過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察）

当協会が目標指標としているエネルギー消費原単位は 2016 年度に 0.0794kWh/m<sup>2</sup>・h と、2015 年度比 1%減となっています。

なお、2016 年度の集計対象企業数は 2015 年度より少なくなっています。2015 年度の集計対象企業が全て 2016 年度に回答したことを仮定して推計した場合、エネルギー消費原単位は 0.0722 kWh/m<sup>2</sup>・h（グラフ「エネルギー消費原単位の推移」の赤マーカー部分）となり、2015 年度比 4%程度の減少となります。



業態別のエネルギー消費原単位は、スーパー（0.0912kWh/m<sup>2</sup>・h）、ホームセンター・その他の業態（0.0440kWh/m<sup>2</sup>・h）の順に小さくなっています。食料品の冷蔵・冷凍が必要であり、また店内調理が発生するスーパーでは、そのような活動が発生しないホームセンター・その他の業態よりエネルギー消費原単位が大きくなっています。

このように、当協会のエネルギー消費原単位は集計対象に含まれる企業や店舗の内訳に大きく影響を受けているため、エネルギー消費量の見通しや省エネルギー対策の効果の把握が困難となっております。

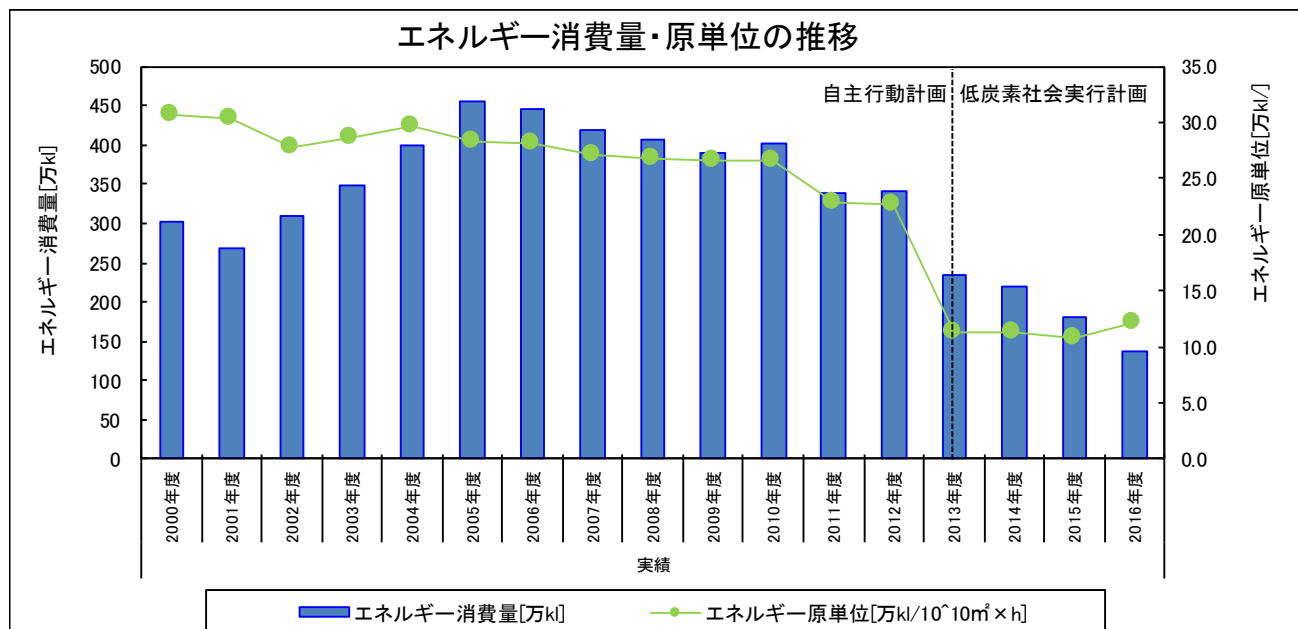
【エネルギー消費量、エネルギー原単位】（一次エネルギー換算値）

＜2016 年度の実績値＞

エネルギー消費量（単位：万 kℓ）：137.7 （2015 年度比▲24%）

エネルギー原単位（単位：万 kℓ/10<sup>10</sup> m<sup>2</sup>・h）：12.065 （2015 年度比+11%）

＜実績のトレンド＞



（過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察）

2016 年度のエネルギー消費量は生産活動量と同様、集計対象企業数の減少と店舗数の減少に伴い 2015 年度比で 24%減少しています。

2016 年度のエネルギー消費量・生産活動量がともに 2015 年度比で大幅に減少しているにもかかわらず、一次エネルギー換算ベースでのエネルギー原単位は 11%増加しています。これは、生産活動量の減少率がエネルギー消費量の減少率を上回っている（エネルギー消費量▲24%、生産活動量▲32%）ことが原因として挙げられます。

＜他制度との比較＞

（省エネ法に基づくエネルギー原単位年平均▲1%以上の改善との比較）

上述の通り、当協会のエネルギー消費原単位は集計対象に含まれる企業や店舗の内訳に大きく影響を受けているため、エネルギー消費量の見通しや省エネルギー対策の効果の把握が困難となっております。

（省エネ法ベンチマーク指標に基づく目指すべき水準との比較）

- ☐ ベンチマーク制度の対象業種である
- ☒ ベンチマーク制度の対象業種ではない

## 【CO<sub>2</sub>排出量、CO<sub>2</sub>原単位】

### ＜2016 年度の実績値＞

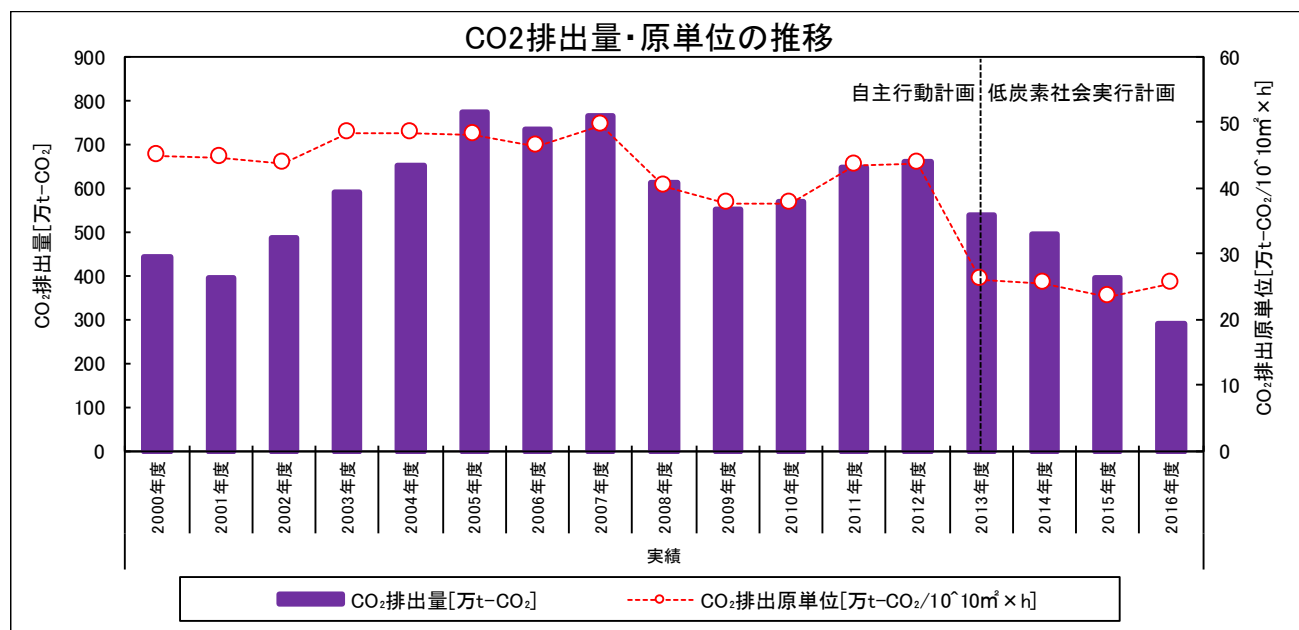
CO<sub>2</sub>排出量（単位：万 t-CO<sub>2</sub> 電力排出係数：5.16t-CO<sub>2</sub>/万 kWh）：

290.7 （2015 年度比▲26%）

CO<sub>2</sub>原単位（単位：万 t-CO<sub>2</sub>/10<sup>10</sup> m<sup>2</sup>・h 電力排出係数：5.16t-CO<sub>2</sub>/万 kWh）：

25.5 （2015 年度比+8%）

### ＜実績のトレンド＞



電力排出係数：5.16t-CO<sub>2</sub>/万 kWh

（過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察）

2012 年度から 2013 年度にかけて CO<sub>2</sub> 排出量が大幅に減少していますが、これは低炭素社会実行計画に移行してから、延床面積は売場面積を用いた推定値からアンケート回答に基づく実績値への採用へ変更したことが原因として挙げられます。この変更によって、2013 年度における生産活動量が増大し、それに伴いエネルギー消費量が減少し、その結果、CO<sub>2</sub> 排出量が減少しています。

2016 年度の CO<sub>2</sub> 排出量・生産活動量がともに 2015 年度比で大幅に減少しているにもかかわらず、CO<sub>2</sub> 原単位が 8%増加しています。これは、生産活動量の減少率が CO<sub>2</sub> 排出量の減少率を上回っている（CO<sub>2</sub> 排出量▲26%、生産活動量▲32%）ことが原因として挙げられます。

【要因分析】（詳細はエクセルシート【別紙5】参照）

CO<sub>2</sub> 排出量の変化は、エネルギー消費原単位の変動と同様、集計対象企業の内訳によって大きく変動するため、各要因の把握が困難となっております。

#### (4) 実施した対策、投資額と削減効果の考察

【総括表】（詳細はエクセルシート【別紙6】参照。）

年度	対策	投資額	年度当たりの エネルギー削減量 CO <sub>2</sub> 削減量	設備等の使用期間 (見込み)
2016 年度	省エネ型照明（LED 等）の導入		業界全体の投資額と削減効果は集計が困難ですが、個別企業における削減効果については、下記【2016 年度の実績】、【2017 年度以降の実績】及び別紙 6 をご参照ください。	
	省エネ型空調設備の導入			
	省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入			
	効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入			
2017 年度以降	省エネ型照明（LED 等）の導入			
	省エネ型空調設備の導入			
	省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入			
	効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入			

#### 【2016 年度の実績】

（設備投資動向、省エネ対策や地球温暖化対策に関連する投資の動向）

##### ■省エネ型照明（LED 等）の導入（※これまでの実施状況）

- ・ 108 店舗のバックルームへ LED 照明を導入。3,229t-CO<sub>2</sub> 削減。
- ・ 29 店舗の売り場、47 店舗のバックルームへ LED 照明を導入。電気消費量約 600 万 kWh/年削減。
- ・ 56 店舗の基本照明、39 店舗の棚下照明を LED 化。約 10,000kWh の電力消費量削減。
- ・ 62 店舗に省エネ型照明を導入。3,614t-CO<sub>2</sub> 削減。
- ・ 7 店舗で蛍光灯照明から LED 照明に更新。7 店舗合計電力消費量 987,255kWh 削減。
- ・ 店内基礎照明の LED 化を 100%、電力消費量を約 2%削減。
- ・ 2 店舗で売場照明を LED 化。照明負荷が約 50%削減見込み。

##### ■省エネ型照明（LED 等）の導入（※2016 年度新規取り組み）

- ・ 30 店舗で売場照明を LED 化。年間約 9,000t-CO<sub>2</sub> の CO<sub>2</sub> 削減量。（総合スーパー）
- ・ 251 店舗で一部照明を LED 化。年間約 7,894t-CO<sub>2</sub> の CO<sub>2</sub> 削減量。（総合スーパー）
- ・ 23 店舗で一部照明を LED 化。年間約 1,000t-CO<sub>2</sub> の CO<sub>2</sub> 削減量。（総合スーパー）
- ・ 16 店舗で売場照明を LED 化。年間約 1,818t-CO<sub>2</sub> の CO<sub>2</sub> 削減量。（食料品スーパー）

##### ■省エネ型空調設備の導入（※これまでの実施状況）

- ・ 24 店舗の空調機をインバータ化。3,550t-CO<sub>2</sub> の削減。
- ・ 省エネ型熱源・空調への更新を 5 店舗で実施。電力消費量約 150 万 kWh 削減。
- ・ 5 店舗で R22 から R410 冷媒の高効率空調設備へ更新。5 店舗合計 140,148kWh 削減。

■省エネ型空調設備の導入（※2016 年度新規取り組み）

- ・ 13 店舗で高効率空調設備へ更新。年間約 2,971t-CO<sub>2</sub> の CO<sub>2</sub> 削減量。（総合スーパー）
- ・ 13 店舗で高効率空調設備へ更新。年間約 1,400t-CO<sub>2</sub> の CO<sub>2</sub> 削減量。（総合スーパー）
- ・ 2 店舗で高効率空調設備へ更新。年間約 4,189t-CO<sub>2</sub> の CO<sub>2</sub> 削減量。（食料品スーパー）

■省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入（※これまでの実施状況）

- ・ 8 店舗で高効率冷蔵設備へ更新。電力消費量 337 万 kWh 削減。

■省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入（※2016 年度新規取り組み）

- ・ 2 店舗で高効率冷蔵・冷凍設備へ更新。年間約 60t-CO<sub>2</sub> の CO<sub>2</sub> 削減量。（総合スーパー）
- ・ 8 店舗で高効率冷蔵・冷凍設備へ更新。年間約 150t-CO<sub>2</sub> の CO<sub>2</sub> 削減量。（食料品スーパー）
- ・ 114 店舗の冷蔵・冷凍設備について、閉店後にナイトカバーを活用。（食料品スーパー）

■効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入（※これまでの実施状況）

- ・ 83 店舗で BEMS を導入。電力消費量が対前年 247 万 kWh 削減。
- ・ 34 店舗で BEMS を導入。

■効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入（※2016 年度新規取り組み）

- ・ 92 店舗で BEMS を導入。（総合スーパー）

■その他の取り組み（※2016 年度新規取り組み）

- ・ 187 店舗で店長・従業員を対象とした環境教育の実施。（総合スーパー）
- ・ 114 店舗のバックヤード階段の照明に人感センサーを設置。（食料品スーパー）

（取組実績の考察）

新規開店時や店舗改装時において、可能なところから省エネルギーにつながる機器の導入を進めてきており、継続的に CO<sub>2</sub> 削減効果も確認されています。

【2017 年度以降の取組予定】

（今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素）

引き続き上記の取組を行っていくことが重要と考えます。

当協会の場合、個人消費の動向に大きな影響を受けるため、個人消費が落ち込むようなことがあれば、継続的な投資を行うことが難しくなってきます。



【BAT、ベストプラクティスの導入進捗状況】

<設備関連>

BAT・ベストプラクティス等	導入状況・普及率等	導入・普及に向けた課題
省エネ型照明（LED等）の導入	2016年度 93% （今後の見通し100%）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・設備投資を要するため、景気の状態によっては導入速度が遅くなる可能性があります。</li> <li>・省エネ型冷蔵・冷凍設備や効率的な制御機器については、投資額が大きいことから、省エネ型照明ほどスピーディーに普及しないことが予想されます。よって、直近数年は現状維持と想定しております。</li> </ul>
省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入	2016年度 90% （今後の見通し90%）	
効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入	2016年度 71% （今後の見通し71%）	

※省エネルギー対策に関するアンケートへの回答企業のうち、該当項目への回答があった 15 社の構成比。

<運用関連>

BAT・ベストプラクティス等	導入状況・普及率等	導入・普及に向けた課題
照明調整（間引き、点灯消灯時間調整、人感センサー等）	2016年度 89% （今後の見通し89%）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・お客様の安全の確保の観点で過度な消灯・明るさ調整ができません。よって、直近数年は現状維持と想定しております。</li> </ul>
冷蔵・冷凍設備の設定温度の調整	2016年度 71% （今後の見通し71%）	

※省エネルギー対策に関するアンケートへの回答企業のうち、該当項目への回答があった 15 社の構成比。

## (5) 想定した水準（見通し）と実績との比較・分析結果及び自己評価

### 【目標指標に関する想定比の算出】

※ 想定比の計算式は以下のとおり。

$$\text{想定比【基準年度目標】} = \frac{(\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準})}{(\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の想定した水準})} \times 100 (\%)$$

$$\text{想定比【BAU 目標】} = \frac{(\text{当年度の削減実績})}{(\text{当該年度に想定した BAU 比削減量})} \times 100 (\%)$$

※各年の想定値を設定していないため、算出できません。

### 【自己評価・分析】（3段階で選択）

#### <自己評価及び要因の説明>

- ☐ 想定した水準を上回った（想定比＝110%以上）
- ☐ 概ね想定した水準どおり（想定比＝90%～110%）
- ☐ 想定した水準を下回った（想定比＝90%未満）
- ☒ 見通しを設定していないため判断できない（想定比＝－）

（自己評価及び要因の説明、見通しを設定しない場合はその理由）

各年の想定値は、会員企業の増減やお客様ニーズに基づく店舗仕様の変更等が考えられるため、設定は難しいものと考えます。

（自己評価を踏まえた次年度における改善事項）

低炭素社会の実現に向けて足元の取り組みを着実に実施していくことが重要と考えています。

## (6) 次年度の見通し

### 【2017 年度の見通し】

	生産活動量	エネルギー消費量	エネルギー原単位	CO <sub>2</sub> 排出量	CO <sub>2</sub> 原単位
2016 年度実績	見通しの設定については、下記の理由もあって困難であると考えます。				
2017 年度見通し					

#### （見通しの根拠・前提）

店舗における省エネルギー対策はかなり進んできており、今後の大幅な改善は難しいと考えます。また、会員企業の増減やお客様ニーズに基づく店舗仕様の変更等が考えられるため、見通しの設定は難しいものと考えます。

## (7) 2020 年度の目標達成の蓋然性

### 【目標指標に関する進捗率の算出】

\* 進捗率の計算式は以下のとおり。

$$\begin{aligned}\text{進捗率【基準年度目標】} &= (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) \\ &\quad \div (\text{基準年度の実績水準} - 2020 \text{ 年度の目標水準}) \times 100 (\%) \\ \text{進捗率【BAU 目標】} &= (\text{当年度の BAU} - \text{当年度の実績水準}) \div (2020 \text{ 年度の目標水準}) \times 100 (\%) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{進捗率} &= (0.118 - 0.0794) \div (0.0118 - 0.0897) \\ &= 136\% \end{aligned}$$

### 【自己評価・分析】（3 段階で選択）

＜自己評価とその説明＞

- ☒ 目標達成が可能と判断している
- ☐ 目標達成に向けて最大限努力している
- ☐ 目標達成が困難

（現在の進捗率と目標到達に向けた今後の進捗率の見通し）

現時点では高い進捗率となっていますが、会員企業の構成の変化やお客様ニーズの変化により、店舗のあり方は変化し続けるものであるため、進捗率が悪化することもあります。

（目標到達に向けた具体的な取組の想定・予定）

会員企業が実施する省エネルギー対策は一定の効果が出ていることが想定されますが、今後とも効果のある対策については継続して取り組む予定です。

（既に進捗率が 2020 年度目標を上回っている場合、目標見直しの検討状況）

会員企業の構成の変化やお客様ニーズに合わせた店舗づくりが求められる中で、業界全体の動向については不明確な点が多いため、現時点で目標見直しの予定はありません。

## (8) 2030 年度の目標達成の蓋然性

### 【目標指標に関する進捗率の算出】

\* 進捗率の計算式は以下のとおり。

$$\begin{aligned}\text{進捗率【基準年度目標】} &= (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) \\ &\quad \div (\text{基準年度の実績水準} - 2030 \text{ 年度の目標水準}) \times 100 (\%) \\ \text{進捗率【BAU 目標】} &= (\text{当年度の BAU} - \text{当年度の実績水準}) \div (2030 \text{ 年度の目標水準}) \times 100 (\%) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{進捗率} &= (0.118 - 0.0794) \div (0.0118 - 0.0897) \\ &= 136\% \end{aligned}$$

## 【自己評価・分析】

（目標達成に向けた不確定要素）

2020 年度の目標と同様、現時点では高い進捗率となっていますが、会員企業の構成の変化やお客様ニーズの変化により、店舗のあり方は変化し続けるものであるため、進捗率が悪化することもあります。

（既に進捗率が 2030 年度目標を上回っている場合、目標見直しの検討状況）

2020 年度の目標と同様、会員企業の構成の変化やお客様ニーズに合わせた店舗づくりが求められる中で、業界全体の動向については不明確な点が多いため、現時点で目標見直しの予定はありません。

## （９） クレジット等の活用実績・予定と具体的事例

### 【業界としての取組】

- ☐ クレジット等の活用・取組をおこなっている
- ☐ 今後、様々なメリットを勘案してクレジット等の活用を検討する
- ☐ 目標達成が困難な状況となった場合は、クレジット等の活用を検討する
- ☒ クレジット等の活用は考えていない

### 【活用実績】

- ☒ エクセルシート【別紙 7】参照。

### 【個社の取組】

- ☒ 各社でクレジット等の活用・取組をおこなっている
- ☐ 各社ともクレジット等の活用・取組をしていない

### 【具体的な取組事例】（※これまでの実施状況）

- ・国内クレジット630t-CO<sub>2</sub>を購入し国へ寄付。
- ・カーボンフットプリント商品（レディースパンプス）のオフセットにより、20t-CO<sub>2</sub>の排出クレジットを購入。
- ・J-VER購入。（岩手県40t-CO<sub>2</sub>、宮城県登米市295t-CO<sub>2</sub>、福島県喜多方市15t-CO<sub>2</sub>、合計350t-CO<sub>2</sub>）

### 【具体的な取組事例】（※2016 年度新規取り組み）

- ・カーボン・オフセット付きYシャツやシューズの販売。（総合スーパー）

### Ⅲ. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献

#### (1) 低炭素製品・サービス等の概要、削減見込量及び算定根拠

	低炭素製品・サービス等	削減実績 (2016年度)	削減見込量 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
1	環境配慮型商品の販売の実施			
2	環境配慮型商品の開発の実施			
3	ばら売り・量り売り等の実施			
4	レジ袋の無料配布中止	レジ袋削減の継続、容器包装の少ない商品の販売・開発等を行うことを通じて、生活者が廃棄する際の CO2 排出量を抑制するように取り組みを進めます。全体の削減量は不明ですが、レジ袋については1枚(6.62g)の辞退により約10gのCO2削減効果が期待できます(製造にかかるCO2排出量として)。(レジ袋重量:プラスチック容器包装リサイクル推進協議会、CO2排出量:(一社)プラスチック循環利用協会)		
5	レジ袋辞退時のインセンティブの付与			
6	簡易包装の実施			
7	常温販売の増加			
8	テレビモニターを使用した販促活動の見直し			

(当該製品等の特徴、従来品等との差異、及び削減見込み量の算定根拠や算定の対象としたバリューチェーン／サプライチェーンの領域)

個々の取り組みにおける特徴・削減見込み量の把握が困難となっております。

#### (2) 2016年度の実績

(取組の具体的事例)

##### ■環境配慮型商品(再生紙使用商品、LED等)の開発・販売(※これまでの実施状況)

- ・国産間伐材を使った紙製飲料容器のPB商品の販売。
- ・再生ペット樹脂使用の文具類、無添加洗剤、詰替え商品の積極的販売を実施。
- ・再生紙のトイレットペーパー、LED電球、生分解性の良い洗剤、カート缶飲料、紙パックのトマト・コーン等の販売。
- ・LED電球やウォームビズ、クールビズ関連商品を拡販。
- ・毎月、環境にやさしい商品応援キャンペーンとして「エコ推奨商品」に自社ポイントカードへポイント還元を実施。
- ・カーボンフットプリント・カーボンオフセット付PB商品や、お客様と共同開発した環境配慮型商品を販売。
- ・シャンプーやボディソープ等は詰め替え商品といった容器包装の少ない商品を積極的に販売。また惣菜コーナーでは従来使用のプラスチックパックのほかに、環境負担の低い紙製の袋にて販売。
- ・再生紙トイレットペーパーPB商品、LEDランタンライト、再生紙ペーパータオルPB商品等の販売。

**■環境配慮型商品（再生紙使用商品、LED 等）の開発・販売（※2016 年度新規取り組み）**

- ・ 170 店舗で再生紙使用商品の販売を実施。（総合スーパー）
- ・ 資材等の調達・印刷物での環境ラベル（FSC 認証等）の活用。（総合スーパー）
- ・ 154 店舗で再生紙使用商品の販売を実施。（食料品スーパー）

**■容器包装・レジ袋の削減（※これまでの実施状況）**

- ・ レジ袋を 5 円で提供販売。顧客の 7 割以上がレジ袋使用を辞退。
- ・ 35 店舗にてレジ無料配布中止。有料販売のレジ袋は重量換算で前年比 98.8%（574kg 削減）。

**■容器包装・レジ袋の削減（※2016 年度新規取り組み）**

- ・ 154 店舗で簡易包装を推進し、レジ袋辞退時にインセンティブを付与。（食料品スーパー）

**（取組実績の考察）**

当協会の会員企業においては、お客様の環境問題への関心を高めていただくことにも繋がる環境配慮型商品の販売やレジ袋の削減等に努めてきており、成果が上がってきているものと考えます。

**（３） 2017 年度以降の取組予定**

今後も上記の取組を継続していくことが重要となりますが、チェーンストアにおいては、商品の販売活動を通じての際の CO2 削減の取組はお客様の環境問題への啓発になる部分がある一方で、ご理解・ご協力をいただくことが必要なため、一層の理解推進に努めていきます。

#### IV. 海外での削減貢献

- (1) 海外での削減貢献の概要、削減見込量及び算定根拠
- (2) 2016 年度の実績
- (3) 2017 年度以降の取組予定

※海外における CO<sub>2</sub>削減に関する取り組みは確認されていません。

## V. 革新的技術の開発・導入

### (1) 革新的技術・サービスの概要、導入時期、削減見込量及び算定根拠

	革新的技術・サービス	導入時期	削減見込量
1	省エネ型照明（LED 等）の導入	—	従来型蛍光灯から高効率蛍光灯、LED へ変更した場合、約 58%～84%の消費電力を削減可能。
2	省エネ型空調設備の導入	—	
3	省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入	—	
4	効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入	—	
5	再エネ発電設備（太陽光発電、風力発電等）の導入	—	

（技術・サービスの概要・算定根拠）

高効率照明の導入による消費電力の削減効果については、環境省が実施している「あかり未来計画」より抜粋しています。

（参考 URL：<http://ondankataisaku.env.go.jp/coolchoice/akari/build/index.html>）

### (2) ロードマップ

最新の技術が用いられた機器の導入等については、個々の企業において新規開店時や改装時に、可能な範囲で実施していくことが望ましいと考えます。

### (3) 2016 年度の実績

（取組の具体的事例）

#### ■省エネ型照明（LED 等）の導入

#### ■省エネ型空調設備の導入

#### ■省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入

#### ■効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入

上記 4 項目については、「(4) 実施した対策、投資額と削減効果の考察」（p. 15～16）にて記載した通りです。

#### ■再エネ発電設備（太陽光発電、風力発電等）の導入（※これまでの実施状況）

・ 13 店舗で計 842,821kWh の太陽光発電導入。

#### ■再エネ発電設備（太陽光発電、風力発電等）の導入（※2016 年度新規取り組み）

・ 1 店舗で太陽光発電システムを導入。（総合スーパー）



**（取組実績の考察）**

会員企業においては新規開店時や店舗改装時において可能なところから省エネルギーにつながる機器の導入を進めてきており、効果も見られています。

**（４） 2017 年度以降の取組予定**

今後も引き続き上記の取組を継続していきます。

## VI. 情報発信、その他

### (1) 情報発信（国内）

#### ① 業界団体における取組

取組	発表対象：該当するものに「○」	
	業界内限定	一般公開
協会公式ホームページによる取組状況の公開 ( <a href="https://www.jcsa.gr.jp/topics/environment/approach.html">https://www.jcsa.gr.jp/topics/environment/approach.html</a> )	○	○
フォローアップの結果の会員への伝達	○	

#### ② 個社における取組

取組	発表対象：該当するものに「○」	
	企業内部	一般向け
CSR 報告書の発行やホームページでの公開により CO <sub>2</sub> 削減の取組について消費者等への発信		

#### ③ 学術的な評価・分析への貢献

特になし。

### (2) 情報発信（海外）

<具体的な取組事例の紹介>

特になし。

### (3) 検証の実施状況

#### ① 計画策定・実施時におけるデータ・定量分析等に関する第三者検証の有無

検証実施者	内容
<input checked="" type="checkbox"/> 政府の審議会	
<input type="checkbox"/> 経団連第三者評価委員会	
<input type="checkbox"/> 業界独自に第三者（有識者、研究機関、審査機関等）に依頼	<input type="checkbox"/> 計画策定 <input type="checkbox"/> 実績データの確認 <input type="checkbox"/> 削減効果等の評価 <input type="checkbox"/> その他（ ）

#### ② (①で「業界独自に第三者（有識者、研究機関、審査機関等）に依頼」を選択した場合)

団体ホームページ等における検証実施の事実の公表の有無

<input type="checkbox"/> 無し	
<input checked="" type="checkbox"/> 有り	掲載場所： 協会公式ホームページ

## **VII. 業務部門（本社等オフィス）・運輸部門等における取組**

### **（１） 本社等オフィスにおける取組**

#### **① 本社等オフィスにおける排出削減目標**

- ☐ 業界として目標を策定している  
☒ 業界としての目標策定には至っていない

（理由）

エネルギー消費原単位の計算については、店舗（バックヤード部分を含む）ものとなっており、本社等オフィスは含まれていません。ただ、本社等オフィスについては「お取引先様等にご不便をおかけしない」範囲で実践できる省エネ対策として従来より率先して下記の取り組みを進めてきています。

●こまめな消灯・明るすぎない照明調整

●空調温度設定の適切な調節

…等、独自の目標や社内基準を策定し、積極的に省エネルギー対策に取り組んでいます。

#### **② エネルギー消費量、CO<sub>2</sub>排出量等の実績**

- ☐ II.（１）に記載の CO<sub>2</sub>排出量等の実績と重複  
☒ データ収集が困難

（課題及び今後の取組方針）

引き続き、上記の取り組みを実践していくことで、低炭素社会への貢献を行っていく必要があります。

#### **③ 実施した対策と削減効果**

##### **【2016 年度の実績】**

（取組の具体的事例）

会員企業は、①に掲げているような取り組みを行ってきていますが、効果を個別に計測することが困難となっております。

（取組実績の考察）

2016 年度は各社の本社等オフィスにおける具体的な取り組みは把握できていませんが、「（４）実施した対策、投資額と削減効果の考察」（p. 15～16）にて記載した通り、社員に対し環境教育を行っている企業も見られ、徐々にオフィスにおける省エネルギー対策への取り組みが定着しているものと考えられます。

##### **【2017 年度以降の取組予定】**

（今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素）

引き続き、上記の取組を実践していくことで、低炭素社会への貢献を行っていく必要があります。またアンケート等で各社のオフィスにおける具体的な取り組みを把握する必要もあると考えています。

## (2) 運輸部門における取組

### ① 運輸部門における排出削減目標

- ☐ 業界として目標を策定している  
☒ 業界としての目標策定には至っていない

(理由)

当協会の会員企業は様々な業態から構成されており、運輸部門における排出削減の取り組みをまとめて計測することが困難となっております。一例として、物流事業者にご協力をいただきながら下記の取り組み等を行い、効率化に努めている企業が見られます。

#### ●物流資材の簡素化

2016 年度実績：88.9% （過去の実績：2013 年度 69.8%、2014 年度 74.2%、2015 年度 74.1%）

#### ●多頻度小口配送や短リードタイムの改善

2016 年度実績：85.7% （過去の実績：2013 年度 58.1%、2014 年度 60.0%、2015 年度 64.2%）

#### ●通い箱等の活用

2016 年度実績：92.9% （過去の実績：2013 年度 93.0%、2014 年度 92.9%、2015 年度 92.9%）

### ② エネルギー消費量、CO<sub>2</sub>排出量等の実績

- ☐ II. (2) に記載の CO<sub>2</sub> 排出量等の実績と重複  
☒ データ収集が困難

(課題及び今後の取組方針)

会員企業においては①に掲げているような取り組みを行ってきていますが、効果を個別に計測することが困難となっております。こういった取り組みを継続していくことが重要であると考えています。

### ③ 実施した対策と削減効果

\* 実施した対策について、内容と削減効果を可能な限り定量的に記載。

年度	対策項目	対策内容	削減効果
2016年度	物流資材の簡素化		※削減効果については不明となっております。
	多頻度小口配送や短リードタイムの改善		
	通い箱等の活用		
2017年度以降	同上		

## 【2016 年度の取組実績】

（取組の具体的事例）

### ■物流資材の簡素化

- ・低温物流においてカゴ車での保冷マテハンで配送していたが、トラック輸送→店舗売場引込みによりカートラックやドーリー台車での納品へ変更し輸送機器の軽量化を実現。
- ・店舗納品時のダンボール使用の削減と通いの大袋等の使用拡大。
- ・折りたたみコンテナの利用やハンガー納品を推進し、ダンボール使用量を低減（物流センターの使用段ボール前年比 99%）。
- ・通い箱、青果物イフコ・コンテナの活用。

### ■多頻度小口配送や短リードタイムの改善

- ・首都圏 10 ヶ所の物流センターを 5 ヶ所に集約し店への納品車両台数を約 1 割削減。
- ・冷凍食品の店舗発注回数を見直し、車両積載効率に変更前に比べ 112.5%に改善。
- ・店配送車両の便別納品ボリュームの平準化施策により、述べ車両数が減少。
- ・冷凍商品（冷凍食品・アイスクリーム）に加えて冷凍の生鮮食品の DC 化を導入し、リードタイムの短縮（D2→D1）と店舗在庫削減（毎日納品）を実現。
- ・店舗へのオリコンサイズを 75 リットルから 55 リットルの使用比率を高め、積載効率を改善。
- ・仕入先納品ルート of 共同配送化の拡大等、上記を含め全体の 3%程度改善。

### ■通い箱等の活用

- ・リピートボックス（特定荷主用の専用オリコン）の利用を推進し、ダンボール箱の利用を少なくして省資源を図る等の対応を実施。

（取組実績の考察）

ハンガー納品や繰り返し使用が可能な折りたたみコンテナの利用等の物流資材の削減をはじめ、効率的な配送方法による配送時における低炭素化に各社が物流事業者と協力して行っており、一定の効果を出しているものと考えます。

## 【2017 年度以降の取組予定】

（今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素）

物流事業者にご協力をいただきながら、③の取組を継続して行います。

### （３） 家庭部門、国民運動への取組等

#### 【家庭部門での取組】

お客さまに環境問題に関心を持っていただき、実際の行動に移してもらうための取り組みを継続しています。事例については、以下の通りになります。

#### ■これまでの実施状況

- ・各店において、小学生の社会見学や中学生の職場体験の際にエコ学習会（独自の冊子による）を行っている。累計 51 店舗で参加人数 3,524 人。
- ・牛乳パック工作教室年 2～3 回の実施。エコツアー年 1 回の実施。
- ・店舗見学会の際に環境の取り組みについて説明。夏休みの親子ツアーで森林整備活動等の現場を案内。
- ・小学生の店舗見学時に、店頭リサイクル回収をテーマにした小冊子を配布し環境教育を実施。
- ・こどもエコクラブの実施（参加登録者 100 名）
- ・オリジナル教材を使ったこども環境学習の実施。2015 年度は 76 団体、4,991 名が参加。

#### ■2016 年度新規取り組み

- ・環境展示会に出展し、体験型展示を通じて森林資源の保全に関する取り組みを紹介。（総合スーパー）
- ・リサイクル工場見学ツアーを通じて、食品トレーやペットボトル等の資源の再利用に関する環境教育を実施。（総合スーパー）
- ・森林管理に関する研修を通じて、林業後継者を育成。（総合スーパー）

#### 【国民運動への取組】

#### ■これまでの実施状況

- ・東北地方において緑を再生するため、沿岸部を中心に 10 年にわたって数十万本の木を植える活動を実施。

#### ■2016 年度新規取り組み

- ・全国各地において、お客様とともに店舗周辺や公園、河川敷、公共施設等で清掃活動を実施。（総合スーパー）

## VIII. 国内の企業活動における 2020 年・2030 年の削減目標

### 【削減目標】

＜2020 年＞（2015 年 7 月策定）

エネルギー消費原単位において、2020 年度の目標を基準年度（1996 年度：0.118kWh/m<sup>2</sup>・h）比 24%の削減（0.0897kWh/m<sup>2</sup>・h）とし、達成に向けて努力していきます。この目標については2015年7月時点の会員企業59社を前提としています。なお、エネルギー消費原単位は、二次エネルギー消費量の換算値としております。

$$\text{エネルギー消費原単位 (kWh/m}^2\cdot\text{h)} = \frac{\text{エネルギー消費量 (kWh)}}{\text{延床面積 (m}^2\text{)} \times \text{営業時間 (h)}}$$

### 【目標の変更履歴】

＜2020年＞

2015 年 7 月に 2013 年 10 月策定の「店舗におけるエネルギー消費原単位（床面積×営業時間当たりのエネルギー使用量）を、目標年度（2020 年度）において基準年度（1996 年度）比 15%削減する。」より上記目標への変更を実施しました。

### 【その他】

特になし

【昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの委員からの指摘を踏まえた計画に関する調査票の記載見直し状況】

- 昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの指摘を踏まえ説明などを修正した
- 昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの指摘について修正・対応などを検討している

（修正箇所、修正に関する説明）

指摘を踏まえて、今年度は以下のような対応を行いました。

- ・業態別の特性から考えたエネルギー消費量の特徴を追記。（p. 12）
- ・より細分化した業態区分でエネルギー消費原単位の整理・比較を実施。（p. 12）
- ・省エネルギー・省資源対策について、当該年度の新規取り組み内容を明記。（p. 15、p. 16、p. 20、p. 22、p. 24、p. 30）
- ・運輸部門の取り組み状況を経年変化で整理。（p. 28）

【昨年度フォローアップ結果を踏まえた目標見直し実施の有無】

- 昨年度フォローアップ結果を踏まえて目標見直しを実施した
- 目標見直しを実施していない

（見直しを実施しなかった理由）

会員企業の構成の変化やお客様ニーズに合わせた店舗づくりが求められる中で、業界全体の動向については不明確な点が多いため、現時点で目標見直しの予定はありません。

【今後の目標見直しの予定】

- 定期的な目標見直しを予定している（〇〇年度、〇〇年度）
- 必要に応じて見直すことにしている

(見直しに当たっての条件)

会員企業の増減や店舗におけるエネルギー使用実態の変化を踏まえながら、目標の在り方について検討を行っていくことにしています。

### (1) 目標策定の背景

当業界におけるエネルギー消費量は、会員企業の入退会に伴う会員数の変化やお客様のニーズに伴う事業の変化等の変動要素が多く、エネルギー消費原単位が今後大きく削減できる見通しは立たないことから、2020年の目標は2011年度から2013年度の3ヶ年の平均エネルギー消費原単位0.091(基準年度の1996年度比23%削減)に対しさらに1%の上乗せをすることを目標としています。

### (2) 前提条件

【対象とする事業領域】

会員企業の店舗を対象とします。

【2020年・2030年の生産活動量の見通し及び設定根拠】

＜生産活動量の見通し＞

当協会においては、エネルギー消費原単位削減を目標としています。また、会員の異動やお客様ニーズに合わせた店舗の営業形態の変更等もあり、生産活動量の見通し設定が困難となっております。

【その他特記事項】

当協会は、2030年も2020年と同水準の削減目標を定めております。

### (3) 目標指標選択、目標水準設定の理由とその妥当性

【目標指標の選択理由】

当協会では、会員企業数の増減や新規出店および閉店等により店舗数の増減があるため、全体でのエネルギー消費量を制限することよりも生産活動量当たりのエネルギー消費量を削減することが適切であると考えます。生産活動量の指標の候補としては、年間販売高、延床面積、営業時間が挙げられますが、年間販売額は経済的な要因による変動が大きいとため、延床面積×年間営業時間とすることとしました。

【目標水準の設定の理由、自ら行いうる最大限の水準であることの説明】

＜選択肢＞

- ☐ 過去のトレンド等に関する定量評価(設備導入率の経年的推移等)
- ☐ 絶対量/原単位の推移等に関する見通しの説明
- ☐ 政策目標への準拠(例:省エネ法1%の水準、省エネベンチマークの水準)
- ☐ 国際的に最高水準であること
- ☐ BAUの設定方法の詳細説明
- ☒ その他



#### <最大限の水準であることの説明>

当協会は会員企業が主として行う事業が総合スーパー、食料品スーパー、ホームセンター・住関連スーパー等それぞれ業態や規模が異なっており、店舗における設備・機器の構成に大きな違いがあることから、店舗ごとのエネルギー消費原単位の差や経年変動は、他の業界に比較して大きなものとなっています。

また、会員企業は冷凍・冷蔵する食料品の多様化や店内調理の増加等、お客様のニーズに対して様々なサービスの提供が求められています。こうしたこともエネルギー消費原単位への大きな変動要因となります。

こうした 2 つの要件があることから、会員企業の入退会に伴う会員数の変化やお客様のニーズに伴う事業の変化等については、現時点では予測が困難となっており、エネルギー消費原単位の将来的な見通しは立てられず、会員構成等の変動によっては目標数値の変更も考えられます。

実際の目標数値の決定にあたり、過去のエネルギー消費原単位の水準を確認すると、2011 年の東日本大震災の発生以降、会員企業では電力の安定供給に協力するため節電に取り組んできており、その結果、2011 年度から 2013 年度の 3 ヶ年の平均において、エネルギー消費原単位は  $0.091 \text{ kWh/m}^2 \cdot \text{h}$ （基準年度の 1996 年度比 23%削減）となりました。

一方、当協会においては、使用するエネルギーの大多数を電力が占めており、主なものとしては、空調、冷凍冷蔵機器、照明の 3 種類となります。このうち空調に関しては以前よりクールビズ・ウォームビズに取り組む等適正な温度設定に努めており、また、空調の温度調整を過度に行うことにより、冷凍冷蔵機器が設定温度を保つために作動することもあるため、結果として電力使用が増えてしまうという事実もあること等から、空調の使用に関しての削減余地はあまりないと言えます。

また、冷凍冷蔵機器については、食品衛生法で保存温度に定めがあり（例えば、食肉は  $10^{\circ}\text{C}$  以下、冷凍食品は  $-15^{\circ}\text{C}$  以下等）、現状、法令の上限の温度で管理することで節電を行っていますが、お客様の安全・安心の確保という観点からは、上限よりも少し温度を下げた状態での管理をする必要があるとの声も聞かれているため、これ以上の電力削減効果は難しい状況にあると言えます。

照明に関しては、LED 化が各社で進んでおり、一定の効果も認められること、現時点で照明に関しては一番有効な手法と考えられることから、今後も LED 照明への転換が進んでいくものと思われます。しかし、導入時に得られた効果は継続的に発生しますが上乗せがなされるものではないことや、投資が必要なこともあり、景気の状態によっては転換の速度が遅くなる可能性もあること、現状、間引きにより節電を行っている店舗もお客様の安全の確保のため間引きの中止を検討するケースも考えられます。

以上の業界の特性も踏まえると、当協会におけるエネルギー消費実態については、不確定要素も多く、エネルギー消費原単位が今後大きく削減できる見通しが立たないことから、2020 年の目標については、2011 年度から 2013 年度の 3 ヶ年の平均エネルギー消費原単位  $0.091 \text{ kWh/m}^2 \cdot \text{h}$ （基準年度の 1996 年度比 23%削減）に対しさらに 1%の上乗せをすることで新しい削減目標（ $0.0897 \text{ kWh/m}^2 \cdot \text{h}$ 、1996 年度比 24%削減）としました。

#### 【国際的な比較・分析】

☐ 国際的な比較・分析を実施した（〇〇〇〇年度）

☒ 実施していない

（理由）

当協会の会員企業は様々な業態から構成されており、比較分析が困難となっております。

【導入を想定しているBAT（ベスト・アベイラブル・テクノロジー）、ベストプラクティスの削減見込量、算定根拠】

＜設備関連＞

対策項目	対策の概要、 BATであることの説明	削減見込量	普及率見通し
省エネ型照明（LED等）の導入	店舗照明を蛍光灯等からLED等の省エネ型照明への切り替え。	—	100%
省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入	自然冷媒を用いた冷蔵・冷凍設備や冷気漏れを防ぐ扉付きの冷蔵・冷凍設備の設置、冷気漏れを防ぐナイトカバーの設置。	—	90%
効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入	BEMSやスマートメーター等の利用により、電力使用量をモニタリングし、一定のレベルに維持。	—	71%

＜運用関連＞

対策項目	対策の概要、 ベストプラクティスであることの説明	削減見込量	実施率見通し
照明調整（間引き、点灯消灯時間調整、人感センサー等）	こまめな消灯・明るすぎない照明環境を実現。	—	89%
冷蔵・冷凍設備の設定温度の調整	冷凍冷蔵庫を過剰に冷やしすぎないことで電力使用量を低減。	—	71%

#### （４） 目標対象とする事業領域におけるエネルギー消費実態

※当協会の会員企業は様々な業態から構成されており、工程・分野別・用途別におけるエネルギー消費実態の整理が困難となっています。